



Revue Géographique de l'Est

vol. 44 / 1-2 | 2004

Les vignobles de l'Est de la France

Les dynamiques des vignobles alsacien et jurassien : étude comparée (1950-2004)

The dynamic of vineyard in Jura and Alsace: a comparison (1950-2004)

Die Dynamik der elsässischen und der jurassischen Weinberge : Vergleichende Studie (1950-2004)

Sylvaine Boulanger-Fassier



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rge/1056>

ISSN : 2108-6478

Éditeur

Association des géographes de l'Est

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2004

Pagination : 63-79

ISSN : 0035-3213

Référence électronique

Sylvaine Boulanger-Fassier, « Les dynamiques des vignobles alsacien et jurassien : étude comparée (1950-2004) », *Revue Géographique de l'Est* [En ligne], vol. 44 / 1-2 | 2004, mis en ligne le 10 juin 2009, consulté le 14 novembre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rge/1056>

Ce document a été généré automatiquement le 14 novembre 2019.

Tous droits réservés

Les dynamiques des vignobles alsacien et jurassien : étude comparée (1950-2004)¹

The dynamic of vineyard in Jura and Alsace: a comparison (1950-2004)

Die Dynamik der elsässischen und der jurassischen Weinberge : Vergleichende Studie (1950-2004)

Sylvaine Boulanger-Fassier

NOTE DE L'ÉDITEUR

Article reçu le 17 mai 2004 ; accepté le 13 juillet 2004.

- 1 En 2000, le vignoble alsacien rassemble plus de 15 000 hectares de vignes A.O.C. (soit 2,77 % des superficies viticoles A.O.C. françaises), pour une production annuelle représentant 4,5 % de la production française, et essentiellement constituée de vins blancs. Le vignoble jurassien, quant à lui, affiche près de 1 900 hectares de vignes A.O.C. (soit 0,34 % des superficies viticoles A.O.C. françaises) pour une production diversifiée de vins rouges et de vins blancs (0,36 % de la production vinicole française). Aussi, tant sur le plan spatial que sur le plan économique, l'Alsace et le Jura sont-ils des espaces viticoles marginaux à l'échelle de la France. Néanmoins, les vins élaborés sont des produits uniques, de qualité et d'une grande typicité. Ces deux vignobles de l'Est de la France s'étendent tout en longueur et sont situés sur un piémont : celui des Vosges pour l'Alsace, celui du Premier plateau pour le vignoble jurassien (Figs 1 et 2). Leur orientation diffère cependant : le vignoble alsacien est tourné vers l'Est contrairement au vignoble jurassien qui regarde vers l'Ouest. Leurs conditions pédologiques, climatiques, historiques sont bien évidemment différentes et l'objectif de cet article n'est pas de les souligner. Il s'agit d'éclairer ce qui rapproche ces vignobles depuis leur nouvel élan entamé après 1945 pour le Jura et au cours des années 1960 pour l'Alsace, et dont les résultats apparaissent au cours des décennies 1970-1980. Quelles sont donc les

dynamiques de ces vignobles depuis l'après-guerre ? Qu'est-ce qui les rapproche ou, au contraire, les éloigne ? Et comment s'organisent ces espaces ?

Figure 1 : Localisation de la région agricole du *Vignoble* du Jura.

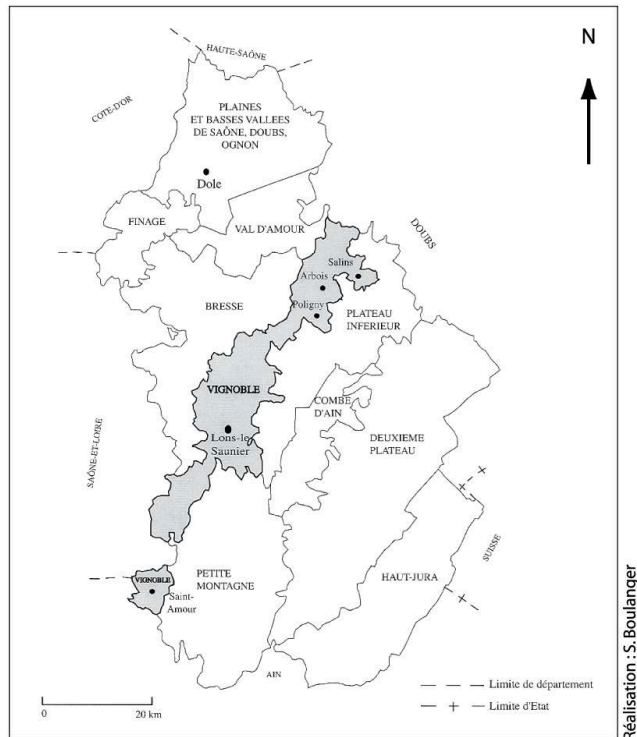
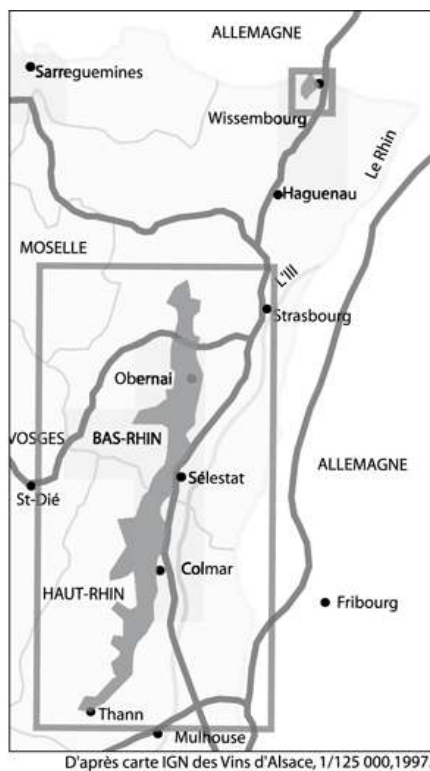


Figure 2 : Localisation du vignoble alsacien.



- 2 Il s'agira tout d'abord de caractériser le nouvel élan de ces vignobles sur le plan spatial. Puis, nous montrerons que les vins produits, à forte typicité, se vendent de façon inégale. Enfin, nous essaierons de dégager les grands traits de l'organisation spatiale de chacun de ces espaces viticoles.

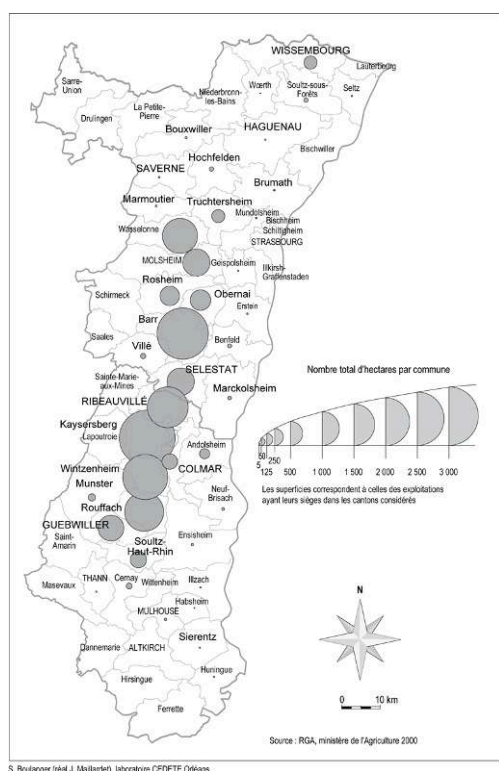
I. Extension et concentration des superficies viticoles dans les deux vignobles

- 3 Lorsque le vignoble alsacien retourne à la France en 1918, il doit se trouver une identité dans l'espace viticole français. Il est dans un état déplorable et se bat contre les maladies de la vigne et la concurrence accrue. Les vigneronns ont donc massivement recours aux hybrides, entraînant une surproduction puis une crise viticole. Entre 1903 et 1947, les superficies régressent, passant de 25 060 hectares à 10 103 hectares, et le vin produit est de piètre qualité. Or, une révolution culturelle s'opère après la Seconde guerre mondiale, liée à la naissance d'appellations, au développement d'institutions locales en faveur du vin, et à l'amélioration des techniques. En 1962, les vigneronns obtiennent alors l'A.O.C. Alsace, mais les effets de la reprise n'apparaissent qu'au cours des décennies 1970 et 1980. Pour quelle raison peut-on parler de nouvel élan et quelles en sont les conséquences spatiales ?
- 4 Le vignoble jurassien connaît ses premières appellations dès 1936, A.O.C. obtenues après le groupement en coopératives de nombreux vigneronns désireux de faire redémarrer leur vignoble en incitant à la plantation de cépages nobles. Cet élan, stoppé par la Seconde guerre mondiale, reprend dès 1945 dans la zone d'Arbois, impulsé par les familles Maire, Rolet ou Martin, le reste du vignoble restant moribond jusqu'à la décennie 1970 pour le nord et le centre, et jusqu'aux années 1980 pour le sud. À la fin des années 1980, on peut néanmoins affirmer que l'ensemble du vignoble jurassien est reparti sur des bases saines, avec des plants nobles et une production de vins de qualité. Sur le plan spatial, comment se traduit ce redémarrage ?

A. Le renforcement de la vigne sur la partie centrale du vignoble alsacien

- 5 En 2000, les vignes alsaciennes s'étalent sur une bande nord-sud, de façon discontinue, entre Wissembourg et Thann : les cantons de Kaysersberg et de Barr dominent avec respectivement 2 821 et 2 549 hectares de vignes (Fig. 3). La vigne se concentre pour une large partie sur la partie médiane du piémont vosgien, entre 200 et 400 mètres d'altitude, et 58 % des superficies viticoles de la région se localisent dans le département du Haut-Rhin. Là, la vigne conquiert régulièrement les hauts de versants où de nouvelles terrasses sont aménagées (Photo 1). Pour l'ensemble du vignoble alsacien, la place de la vigne dans la surface agricole utilisée est de 4,52 %, (elle est de 9 % dans le département du Haut-Rhin) mais les écarts entre les cantons sont notoires. Dans celui de Kaysersberg, la vigne occupe plus de 78 % de la surface agricole utilisée, à Barr, près de 51 % de la même surface, tandis que le pourcentage est de 0,12 dans le canton de Thann.

Figure 3 : Les superficies viticoles dans les cantons d'Alsace en 2000.



S. Boulanger (réal. J. Maillardet), laboratoire CEDETE Orléans

Photo 1 : Progression de la vigne vers les hauts de versants.

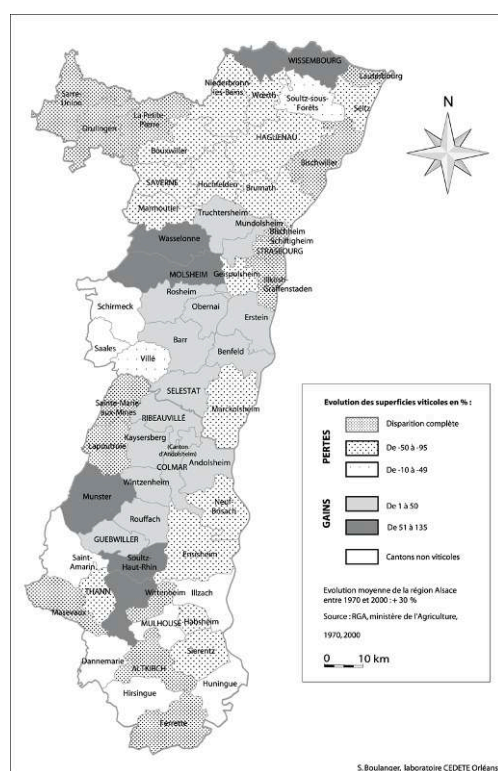


Les terrasses conquièrent les hauteurs des collines de Kayserberg (Haut-Rhin), à 320 m d'altitude.
Cliché S. Boulanger, juillet 2002.

- 6 Entre les RGA de 1970 et de 2000, le vignoble connaît un double mouvement d'extension et de concentration. Les superficies viticoles progressent de 30,7 % entre les deux dates, passant de 11 622 à 15 192 hectares, toutes vignes confondues. Derrière cette

progression générale se cachent pourtant d'importantes disparités spatiales. Six cantons montrent une hausse de plus de 50 % de leurs superficies viticoles depuis le recensement agricole de 1970 (Fig. 4). Ils sont dispersés entre les extrêmes nord et sud du vignoble, les plus fortes progressions étant localisées dans les cantons de Munster (+ 135 %), de Wasselonne (+ 88 %), de Molsheim (+ 76 %) et de Cernay (+ 63 %). À l'inverse, on constate un regroupement spatial des cantons qui ont connu une hausse comprise entre 20 et 50 % entre 1970 et 2000 : ils se concentrent sur la bande centrale du vignoble. Si l'on s'intéresse aux trois cantons regroupant le plus de vignes aujourd'hui, on constate une hausse de 19,7 % pour celui de Kaysersberg, et une autre de 48 % pour ceux de Barr et de Wintzenheim. Parallèlement, nombreux sont les cantons où la vigne affiche une diminution comprise entre - 50 et - 95 %, surtout dans la partie nord du vignoble, entre Obernai et Wissembourg. Par ailleurs, la vigne s'efface dans les zones de vallée à forte humidité et dans une large partie de la plaine (sauf dans les environs de Colmar ou de Scherwiller). Enfin, dans la plupart des cas, la vigne disparaît des cantons où elle ne couvrait que 5 hectares en 1970. Son recul se fait en faveur des céréales, plus particulièrement, du maïs. En effet, la part du maïs grain et du maïs semence dans la superficie agricole utilisée du département du Bas-Rhin est passée de 3,7 % en 1970 à 37,8 % en 2000, la plus forte progression concernant la période 1979-1988 (+ 161 %)².

Figure 4 : Évolution des superficies viticoles cantonales en Alsace entre 1970 et 2000.



- 7 Cette concentration spatiale s'accompagne d'une diminution de 74 % du nombre des exploitations viticoles depuis 1970, mais le rythme de cette baisse varie selon les décennies. Il est moins rapide entre 1988 et 2000 (- 37 %) qu'entre 1970 et 1988 (- 52 %). Parallèlement, on assiste à un doublement de la taille moyenne de ces exploitations³.
- 8 L'ensemble des observations cantonales est corroboré par l'analyse des statistiques communales. Si certaines communes voient leurs superficies tripler (Herrlisheim-près-

Colmar), d'autres perdent toutes leurs vignes⁴. Les pertes majeures se voient dans la plaine, et se font souvent au profit de la céréaliculture (Photo 2) et de l'urbanisation. La concentration spatiale des superficies viticoles s'explique avant tout par des raisons historiques et naturelles. Depuis les années 1970, la place de la vigne dans l'occupation des sols s'est renforcée là où se trouvent les grandes maisons de négoce ou les familles de vignerons renommées depuis plusieurs siècles. En témoignent ainsi les vastes maisons Renaissance de Rosheim, Mittelbergheim, Riquewihr, Eguisheim, Rouffach, etc. Par ailleurs, le milieu naturel favorise la concentration de la vigne au centre du vignoble : « C'est essentiellement l'anomalie thermique positive du centre de la plaine, et surtout son anomalie pluviométrique négative qui constituent un avantage décisif, auquel s'ajoutent les facteurs de microclimat liés à l'exposition et à la pente⁵ ». Les températures y sont plus douces qu'au nord (la moyenne des températures de juillet à Colmar est de 20,5°, soit plus d'un degré que celle de Strasbourg) et, à cet endroit, les Vosges forment un abri imposant et continu, limitant les pluies : Colmar ne bénéficie en effet que de 505 mm de précipitations par an. Par ailleurs, « l'orientation à l'est, l'inclinaison des glacis dans cette direction assurent l'insolation maximale aux heures matinales, lorsqu'il s'agit de dissiper les brumes⁶ ».

Photo 2 : Extension des cultures céréalières dans la plaine d'Alsace.



Au nord de Sélestat, vue sur le versant dominant Dambach. Au premier plan, parcelles de blé ; au second plan, maïs puis bois. À l'arrière-plan, vignes jusqu'à 330 m d'altitude.

Cliché S. Boulanger, juillet 2002.

- 9 Ce double mouvement d'extension et de concentration de la vigne est aussi décelable dans le vignoble jurassien.

B. La nette affirmation du pôle arboisien (Jura)

- 10 En 2000, les quelque 1 900 hectares de vignes jurassiennes se localisent principalement sur le piémont entre 260 et 400 mètres d'altitude, du canton d'Arbois à celui de Beaufort (Fig. 5). À l'exception de celle de Ménétru-le-Vignoble/Château-Chalon, toutes

les reculées n'affichent plus que des îlots résiduels de vigne et une large part des collines (appelées localement avant-monts) formant la transition entre le Premier plateau et la plaine de la Bresse, n'ont plus de vignes, à l'exception de celles de la commune de l'Étoile et du *Parroux* (Poligny). La part de la vigne dans la surface agricole utilisée est moindre qu'en Alsace puisqu'elle est de 2 % en moyenne, avec le pôle dominant d'Arbois (23,2 %). Loin derrière, suivent les cantons de Voiteur (6 %), de Sellières (3,42 %), de Lons-le-Saunier (3,1 %) et de Beaufort (2,8 %). Dans l'ensemble, l'évolution des superficies jurassiennes est différente de celle du vignoble alsacien. En effet, entre 1970 et 2000, le Jura n'affiche qu'une progression de 1,76 % des surfaces plantées en vignes. Il est pourtant nécessaire de se pencher sur les évolutions intermédiaires. En effet, entre 1971 et 1979, les surfaces plantées en vigne diminuent de 11,3 %, avant de connaître une légère reprise entre 1979 et 1988 (1,65 %) puis une progression plus nette de 12,8 % entre 1988 et 2000. En fait, la relance globale du vignoble jurassien (après le dramatique épisode phylloxérique) ne s'est opérée qu'à la fin des années 1980, après un programme soutenu par les pouvoirs publics, permettant le redémarrage du centre et du sud du vignoble. La diminution constatée entre 1971 et 1979 reflète donc l'abandon des vignes qui perdure (au sud de Lons-le-Saunier surtout), avant la reprise du centre. Surtout, au-delà des chiffres, on constate une sélection très nette de l'espace viticole, comme en Alsace. Les cantons faiblement viticoles situés en plaine (Chaussin, Dampierre, Rochefort) et en montagne (Saint-Laurent) perdent la totalité ou la quasi-totalité de leurs vignes. À l'inverse, les pôles les plus viticoles, au nord et au centre du vignoble, renforcent leurs superficies viticoles : Arbois, Voiteur, Poligny, Sellières (Figs 5 et 6). À telle enseigne que la remarque de Paul Claval, faite en 1978, « Poligny a oublié le vignoble » n'est plus valable en 2004⁷.

Figure 5 : Les superficies viticoles dans les cantons du Jura en 2000.

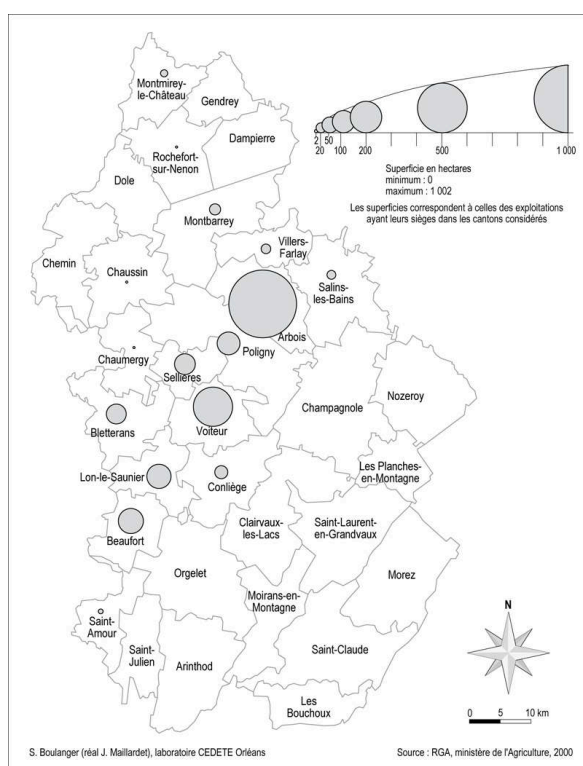
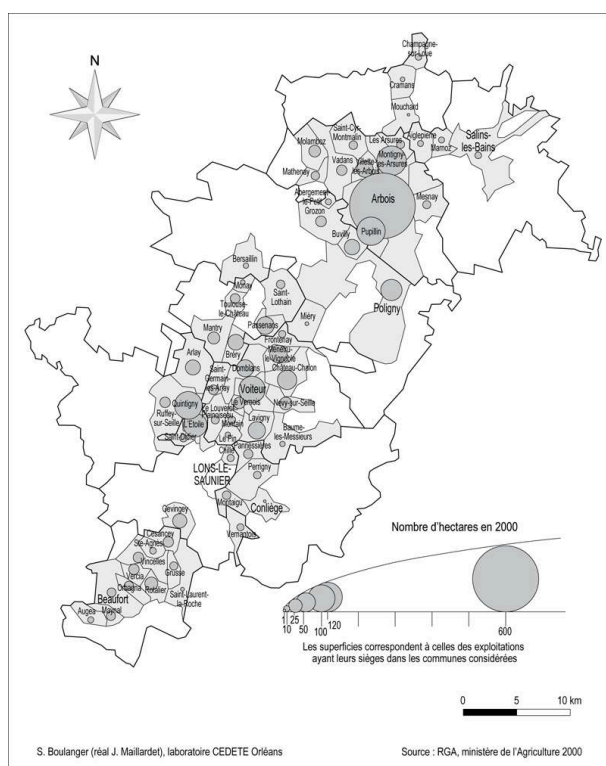


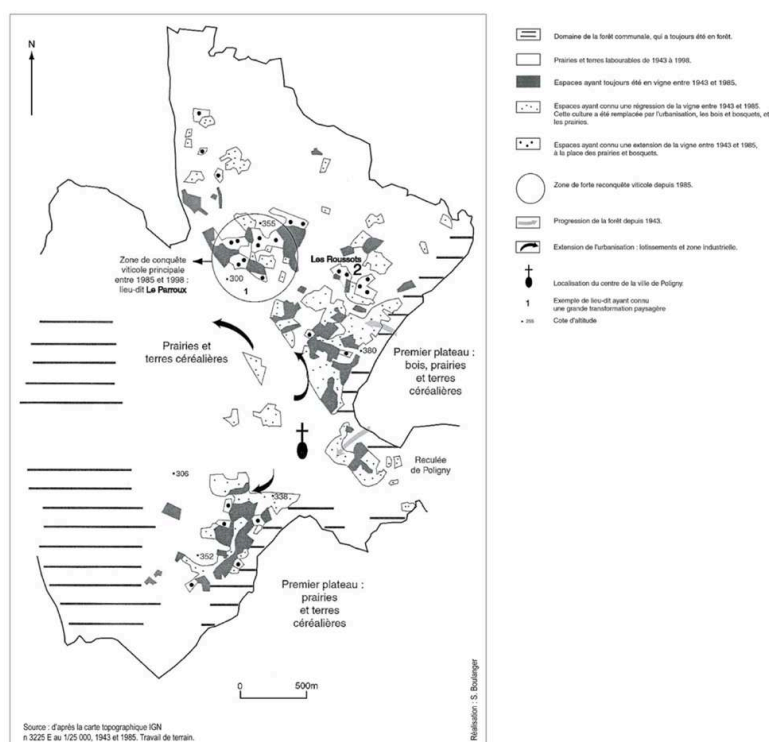
Figure 6 : Les superficies viticoles dans les communes du Jura en 2000.



C. La sélection des terroirs : l'exemple de Poligny (Jura) et de Herrlisheim-près-Colmar

- 11 En soixante ans, une nette sélection des terroirs s'est opérée, comme le montre le cas du finage de Poligny, localisé dans le nord du vignoble, à quelques kilomètres d'Arbois. Les surfaces plantées en vignes sont quasi identiques en 1943 et en 1985, mais les espaces couverts par cette culture ne sont plus tout à fait les mêmes (Fig. 7). Les parcelles situées au centre de la ville, à proximité de cette dernière ou dans la reculée ont disparu entre les deux dates. D'autres, plus éloignées, au nord de la ville, sont concernées par la même évolution. Toutes ces parcelles ont alors été colonisées par les bois dans la reculée ou sur la partie supérieure du piémont, ou ont été remplacées par des lotissements. En revanche, des zones dépourvues de vignes en 1943 ont été plantées, comme les collines du *Parroux* qui forment une transition entre le Revermont et la plaine de la Bresse. Les vignes ont alors remplacé les bosquets.

Figure 7 : Évolution de l'occupation viticole dans le finage de Poligny (1943-1998).



- 12 Entre 1985 et 1996, les surfaces plantées en vignes ont augmenté d'un quart. L'extension s'est faite avant tout au nord de la commune, aux lieux-dits *des Roussots* et du *Parroux*, donc sur la partie basse du piémont et sur les avant-monts. Le *Parroux*, par exemple, comportait 63 ares de vignes en 1963, contre 9 hectares en 1996. Aujourd'hui, sur la commune de Poligny, la vigne forme des ensembles discontinus et se concentre essentiellement sur le piémont, entre 300 et 400 mètres d'altitude, de même que sur les avant-monts. Bien qu'elle occupe moins de 10 % de la surface agricole utilisée, sa dispersion la rend omniprésente sur le finage polinois.
- 13 Trois types de terroirs viticoles peuvent être distingués :
- 14 — le piémont au nord de la ville : des dynamiques variées.
- 15 Bois, prairies, et vignes se partagent l'espace du piémont polinois caractérisé par une pente assez importante (Photo 3). L'arbre constitue l'élément le plus marquant du paysage et se présente sous trois formes différentes. Des arbres disséminés parsèment tout d'abord le paysage comme des points. Ils se trouvent le plus souvent ici et là au milieu des prairies, mais aussi au sein des parcelles viticoles. Ils constituent souvent des rejets spontanés ou des témoins d'anciennes vignes complantées. Ensuite, des bosquets de forme compacte, composés de feuillus essentiellement, impriment leur marque dans le paysage. D'autres arbres disposés sous la forme de courbes soulignent le tracé des cours d'eau. Enfin, l'arbre se présente comme autant de lignes perpendiculaires à la pente, de longueur et d'épaisseur variables. Une étude détaillée de ces lignes montre qu'il s'agit souvent de murets de pierre mal entretenus surmontés d'arbres et d'arbustes épineux, vestiges d'anciennes haies dont la disparition s'est accélérée depuis les années 1970. Les parcelles de vignes apparaissent groupées en trois ensembles bien individualisés. Le premier d'entre eux se situe à la plus haute altitude (entre 375 et 400 mètres), puisque les parcelles jouxtent le pied de la paroi verticale du Premier plateau.

Des parcelles souvent rectangulaires, aux rangs de vigne disposés dans le sens de la pente se succèdent jusqu'aux fonds des vallons. Plusieurs d'entre elles connaissent une géométrie de plantation particulière, liée au développement de la mécanisation et à la volonté de limiter l'érosion : on trouve cinq rangs de vigne espacés de 1,5 mètre les uns des autres, puis une bande herbeuse de 3 mètres de large, puis cinq nouveaux rangs, une nouvelle bande herbeuse... Le deuxième ensemble de parcelles viticoles est constitué de vignes d'âges différents, situées à une altitude plus basse que les précédentes puisqu'elles avoisinent les 320-330 mètres. Elles sont entourées de nombreux prés et bosquets. Enfin, un dernier groupe de parcelles occupe une croupe aux pentes douces dont l'altitude oscille entre 325 et 365 mètres. Plus éloignées de la ville que les précédentes (Poligny se situe à un kilomètre), ces parcelles sont en général trapues et ont été plantées récemment. Si l'on étudie le paysage de façon plus détaillée, on remarque un parcellaire différencié, avec une nette opposition entre des champs assez vastes, longs ou trapus, et d'autres, étroits et de forme laniérée. Les premiers ont fait l'objet d'un remembrement, contrairement aux seconds. Les lieux-dits *les Roussots* et *les Grands Roussots*, les plus éloignés de la ville de Poligny, représentent les zones où l'on trouve les plus grandes parcelles paysagères et cadastrales. À l'inverse, les parcelles laniérées se situent à proximité des habitations, et sont souvent bordées par des jardins potagers (lieu-dit *En Bouchats*). Avec 13 parcelles seulement, *les Roussots* et *les Grands Roussots* représentent 11 % environ des superficies viticoles polinoises, soit 9 hectares et 75 ares sur un total de 87 hectares. La superficie moyenne d'une parcelle sur ces deux lieux-dits contigus est de deux fois et demie supérieure à celle des parcelles de l'ensemble du vignoble de Poligny. En revanche, les 21 parcelles du lieu-dit *En Bouchats* — seulement distant de 300 mètres des *Roussots*, en direction de la ville — ne rassemblent que 6 % de la superficie totale du vignoble polinois, soit 5 hectares et 21 ares (Photo 4). Et leur superficie moyenne est inférieure à la moyenne générale sur Poligny. Ces différences sont importantes à souligner car les lieux-dits ne sont guère éloignés les uns des autres. Le paysage est ainsi le témoin de la coexistence de deux formes d'organisation de la viticulture : l'une est familiale, l'autre commerciale.

Photo 3 : Le paysage du piémont polinois.



La vigne s'étend de façon discontinue entre 325 et 400 m d'altitude, parfois sur de fortes pentes. À l'arrière-plan, certaines parcelles jouxtent la paroi verticale du premier plateau.

Cliché S. Boulanger, 1998.

Photo 4 : Vigne sur le piémont polinois et sur les collines du Parroux.

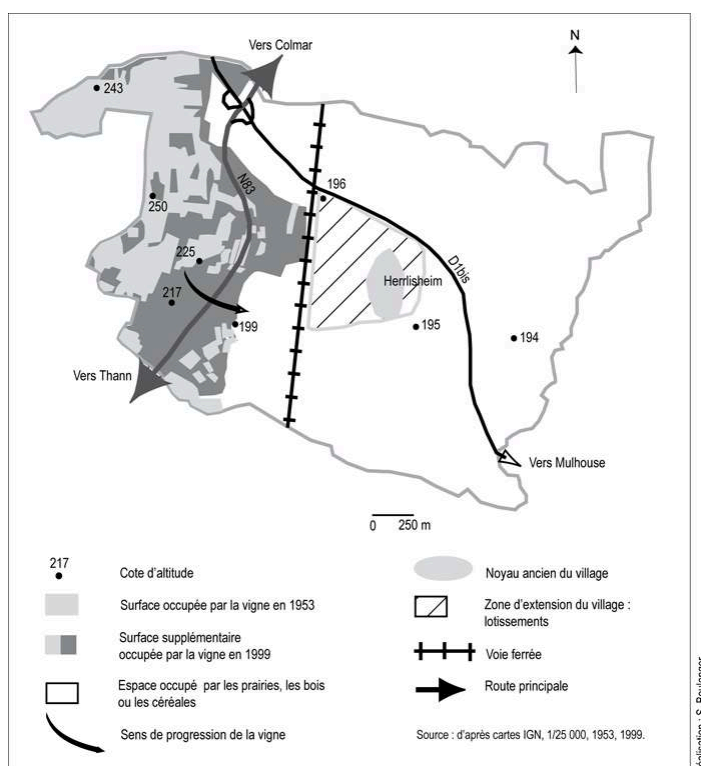


Au premier plan, parcelles viticoles trapues et parfois exiguës, exploitées souvent par des « vignerons familiaux » pour leur autoconsommation. À l'arrière-plan, on distingue Le Parroux, zone actuelle d'extension principale des exploitations viticoles.

Cliché S. Boulanger, 1998.

- 16 Si le piémont présente des signes de dynamisme viticole et quelques terroirs nouvellement plantés, un autre lieu-dit, le *Parroux*, attire particulièrement les vignerons.
- 17 — Autour du *Parroux* : un lieu de prédilection pour les nouvelles plantations.
- 18 Le *Parroux* présente des formes légèrement ondulées et à la pente douce, représentatives de la topographie des collines annonçant la plaine. L'exposition varie de l'est à l'ouest en passant par le plein sud. Les parcelles connaissent ici moins de phénomènes d'érosion que leurs homologues du piémont car le ruissellement s'effectue avec moins de force. Le paysage du *Parroux* donne l'impression que la reconquête récente du vignoble polinois se déroule sur les terroirs qui composent ce lieu-dit. La dynamique de ce paysage émane surtout de la faible présence de l'arbre sur ces collines, contrairement au piémont. Par ailleurs, la taille des parcelles contraste avec celle des autres lieux de la commune. Les vignes représentent près de 9 % des vignes polinoises sur uniquement 9 parcelles de plus d'un hectare chacune (soit 9 hectares et 78 ares), ce qui est une performance à l'échelle du vignoble jurassien dans son ensemble. La taille de chacune de ces parcelles est quatre fois plus importante que la moyenne rencontrée à Poligny.
- 19 Poligny présente enfin des terroirs où la vigne affiche quelques rares îlots, parfois très pentus, signes d'une disparition progressive de la vigne à ces endroits.
- 20 — La reculée de Poligny : un terroir viticole délaissé.
- 21 D'une largeur de 500 mètres et d'une longueur de 2 500 mètres environ, la reculée de Poligny est orientée nord-est/sud-ouest et possède des versants dissymétriques. Localisée sur le versant exposé au sud, la vigne se manifeste par quelques petites parcelles possédant des rangs courts et en forte pente (40 % en moyenne). Plantée sur des terrasses ou de petits replats aménagés, la vigne est toujours cernée par les bois ou les prairies. Par ailleurs, les îlots sont fortement disséminés : on les trouve sur le haut du versant à près de 400 mètres d'altitude, ou à proximité des habitations, jouxtant des jardins potagers, à 320 mètres d'altitude. Surtout, la reculée recèle de nombreuses traces d'anciennes terrasses ou de vergers aujourd'hui abandonnés. Autant de signes indiquant une place plus importante occupée par la vigne dans le passé.
- 22 En Alsace, aussi, la vigne s'est à la fois étendue et concentrée depuis 1970. Comme elle a majoritairement disparu en plaine (sauf dans le finage de Colmar⁸ où elle profite de sols d'éboulis favorables), l'extension s'est donc produite sur d'autres terroirs, essentiellement sur des terroirs de versants. Les différentes éditions des cartes IGN permettent de déceler précisément les zones de progression de la vigne. Sur les milieux et les bas de versants, la vigne s'est étendue en comblant les espaces de prairie, de cultures ou de vergers qui existaient entre deux parcelles viticoles. Le parcellaire viticole devient ainsi plus continu, facilitant l'exploitation et la mécanisation des travaux. La figure 8 concerne le village de Herrlisheim, situé dans la banlieue sud de Colmar et propose la comparaison des cartes IGN de 1953 et 1999. La progression de la vigne jusqu'au bas du versant (jusqu'à 180-190 mètres d'altitude) est nette, la limite étant la voie ferrée. Et en 2000, la vigne a atteint sa progression maximale⁹, l'ensemble de l'aire ayant droit à l'appellation contrôlée étant entièrement plantée. La continuité des surfaces viticoles est nette, même lorsqu'elle semble interrompue par le tracé des routes au milieu des vignes.

Figure 8 : Progression de la vigne dans le finage de Herrlisheim-près-Colmar entre 1953 et 1999.



- 23 Ainsi, quelle que soit la progression de la vigne en termes chiffrés entre 1970 et 2000, une sélection de l'espace et des terroirs s'est opérée dans les vignobles alsacien et jurassien. La plaine est laissée à des cultures plus appropriées, les zones hautes des piémonts voient les bois les recoloniser, comme les reculées dans le Jura où les prairies se multiplient.
- 24 Les vigneron se concentrent donc sur les terroirs qu'ils jugent être les plus favorables, et ce, en vue de produire des vins de qualité.

II. Deux vignobles de qualité ou dominant les petites structures d'exploitation

A. Des cépages nobles et des efforts pour limiter les rendements

- 25 L'essor de la culture des cépages nobles fut plus tardif en Alsace où subsistent encore de nombreux cépages locaux, cultivés dans le cadre d'une viticulture familiale d'autoconsommation. Cela s'explique notamment par l'obtention tardive de l'A.O.C. Alsace en 1962, et ce, pour des raisons historiques. Par ailleurs, l'Alsace a acquis de nouvelles appellations très progressivement (1975 : A.O.C. Alsace Grand Cru, 1976 : A.O.C. Crémant d'Alsace) et beaucoup plus tardivement que dans le Jura, laissant perdurer la culture de cépages productifs et courants. L'amélioration de l'encépagement en faveur de la qualité et du goût est attestée par la place que tiennent en 2003 le riesling (22,2 %) ¹⁰, le pinot blanc (20,9 %) et le gewurztraminer (18,1 %) dans l'ensemble de l'encépagement. À l'inverse, le sylvaner, cépage plus commun, a décliné depuis plusieurs décennies puisqu'il représente aujourd'hui 11,5 % de l'encépagement contre 27,3 % en 1969 ¹¹. Dans le Jura, la situation est différente dans la mesure où il

n'existe pas véritablement de cépage plus noble qu'un autre, même si le savagnin peut être considéré comme le cépage phare, puisqu'il permet l'élaboration du vin jaune. Le chardonnay domine l'encépagement puisqu'il couvre 50 % des surfaces plantées en vignes, suivi du cépage rouge poulsard (18 % des superficies) puis du savagnin (17 %), le reste du vignoble étant planté en pinot noir et en trousseau.

- 26 L'amélioration de l'encépagement se conjugue parfois avec la volonté de maîtriser les rendements, en vue de renforcer la qualité des vins produits.
- 27 Les superficies viticoles alsaciennes et jurassiennes sont majoritairement exploitées dans le cadre de petites exploitations.

B. Domination en nombre des petites et très petites exploitations

- 28 Les exploitations inférieures à un hectare dominant en nombre dans les deux vignobles même si l'on s'achemine vers une diminution de leur importance. En 2000, elle représentaient 47,7 % du total des exploitations viticoles en Alsace (contre seulement 20,6 % en 1970) et 51,5 % dans le Jura. Elles sont suivies par les exploitations comprises entre « 5 hectares et moins de 10 hectares » en Alsace (17,9 % du total) et par celles de « 2 à moins de 5 hectares » dans le Jura (19,6 % du total). Si les très petites exploitations dominent en nombre, les superficies concernées sont négligeables, puisque comprises entre 5 % et 6 % de la superficie totale de chacun des vignobles. En revanche, celles qui rassemblent le plus grand nombre d'hectares sont, pour l'Alsace et le Jura, les exploitations appartenant à la catégorie de « 5 à moins de 10 hectares¹² » : 29,7 % du total des superficies viticoles dans le cas jurassien, 42,1 % dans le vignoble alsacien.
- 29 Une grande différence apparaît néanmoins entre les deux vignobles. Dans le Jura en effet, quelques grandes exploitations dominent le monde viticole jurassien en termes de superficie exploitée. Deux d'entre elles seulement comprennent « 30 hectares et plus », à savoir les domaines Henri Maire et le domaine de La Pinte, tous deux localisés sur le finage d'Arbois. Or, ceux-ci, bien que ne représentant que 0,3 % du nombre des exploitations, rassemblent 18,8 % des terres viticoles de l'ensemble du vignoble jurassien. Ce cas de figure n'existe pas en Alsace.
- 30 Si l'on compare enfin les situations précédentes avec les données générales pour le vignoble français A.O.C., on peut noter que l'Alsace et le Jura ont des points communs avec la moyenne nationale en termes de nombre d'exploitations par catégories mais connaissent une situation particulière sur le plan des superficies : à l'échelle de la France, les exploitations viticoles inférieures à un hectare représentent plus du quart du total de ces mêmes exploitations pour rassembler 17 % seulement des superficies, tandis que celles de 30 hectares et plus (3,8 % du total) regroupent 25,9 % des superficies. En revanche, les exploitations comprises « entre 5 et 10 hectares », à l'échelle française, représentent 18,5 % du total pour une superficie égale à 18,3 % de l'ensemble.

C. Une vinification en cave particulière qui domine pour les quantités, mais un rôle important des coopératives alsaciennes

- 31 Dans les deux vignobles, domine la vinification en cave particulière. Dans le Jura par exemple, 57,5 % des exploitations vinifient en cave particulière pour 43 % des vins produits. Mais, parallèlement, en Alsace, les coopératives rassemblent un grand

nombre d'exploitations¹³ : plus de 43 % des exploitations vinifient en commun pour un total de 31 % des vins produits. Dans le vignoble jurassien en revanche, les coopératives, au nombre de cinq, jouent un rôle moindre : seuls 24,3 % des quantités vinicoles sont vinifiées en commun, ce qui représente 30,8 % des exploitations. Dans les deux vignobles enfin, nombreuses sont les exploitations qui vendent une partie — leurs surplus bien souvent — de leurs raisins à des négociants, tels les établissements Henri Maire ou la Compagnie des grands vins dans le Jura. Les exploitants qui entreprennent cette démarche sont en général des vignerons indépendants dans la mesure où la quasi-totalité des coopératives exige l'apport total de la récolte de chaque adhérent.

- 32 Les vignerons alsaciens et jurassiens possèdent de nombreux points communs en termes de structures d'exploitations et sont majoritairement conscients des exigences des consommateurs. Néanmoins, la commercialisation de leurs produits peut rencontrer des difficultés.

III. Des produits à forte typicité qui se vendent plus ou moins bien

- 33 Les différents produits vinicoles jurassiens et alsaciens se vendent plus ou moins bien. La réalité le prouve, au-delà des discours convenus des conseils interprofessionnels des deux parties. Surtout si l'on replace la consommation des vins issus de ces régions dans le contexte de la consommation vinicole française.

A. Assurer la promotion des vins : une des principales missions des conseils interprofessionnels

- 34 Produire du vin de qualité est une chose, réussir à le vendre en est une autre, telle est la douloureuse expérience que vivent nombre de vignerons français depuis plusieurs années, face à une concurrence mondiale accrue. L'Alsace et le Jura n'échappent pas à cette difficulté. C'est la raison pour laquelle, de plus en plus de vignerons comptent sur les conseils interprofessionnels de leur région, et sur une promotion collective pour les aider à écouler leur production. Ces organismes rassemblent des représentants de producteurs et de négociants en vue d'accroître le rayonnement des vignobles. Leur rôle passe aussi par l'encouragement à une meilleure formation des vignerons (techniques de vinification, connaissance des terroirs, sélection des cépages en harmonie avec les terroirs...). Les possibilités d'action de ces conseils dépendent en large partie des budgets dégagés, essentiellement grâce à la cotisation de l'ensemble de la communauté vigneronne, parfois aussi grâce aux subventions octroyées par les conseils généraux ou par l'ONIVINS¹⁴. Si le CIVA (Comité Interprofessionnel des Vins d'Alsace) dispose d'un budget communication relativement confortable de 4,85 millions d'euros en 2003, le Comité des Vins du Jura¹⁵, quant à lui fait, partie des conseils les plus pauvres de France avec seulement 550 000 euros pour la même année. Aussi ne parvient-il guère à mener des campagnes à l'échelle nationale. Les vignerons jurassiens produisent sans conteste des vins de qualité, et possèdent une large gamme de produits ayant une forte typicité : vins rouges et rosés, vins blancs, marcs, vin de paille, vin jaune, crémant... autant de choix offerts au consommateur. Paradoxalement, cette offre étendue se retourne parfois contre le producteur dans la mesure où les clients non avertis cernent mal la différence entre les produits. Certains d'entre eux confondent

par exemple le vin jaune et le vin de paille, pourtant radicalement différents dans leur élaboration et leur goût. Mais ni le CIVJ, ni les vignerons n'ont les moyens de développer la promotion sur l'ensemble des produits à chaque campagne de promotion. Aussi des choix doivent-ils être faits. La « percée du vin jaune » est la seule manifestation concernant le vignoble dans son ensemble. Créée par Bernard Badoz, vigneron-négociant à Poligny, elle permet non seulement de faire connaître les produits jurassiens mais aussi de rassembler les vignerons du nord et du sud ; elle est un succès, et a lieu chaque année dans un village différent (Fig. 9). « L'engouement qu'elle suscite réveille l'économie viticole. En 1998, pour la première fois depuis des lustres, il est question de rupture de stock. Les producteurs de vin jaune commencent à rationner leurs clients. Ils n'y étaient pas habitués¹⁶ ».

Figure 9 : Programme de la percée du vin jaune de 1999.

Lieu de la manifestation : Voiteur	
Samedi 6 février 1999	
À partir de 9 heures :	accueil de la presse.
12 h :	Banquet de la filière vitivinicole : vignerons, négociants, salariés de la viticulture, restaurateurs, fournisseurs. Ce banquet étant un hommage à la profession viticole. Remise de médailles.
14 h :	Concours de cuisine au vin jaune.
15 h :	Ouverture des caveaux de dégustation.
16 h 30 :	Vente aux enchères de vieux millésimes.
17 h :	Proclamation des résultats du concours de cuisine au vin jaune.
19 h :	Aubade — Apéritif vigneron.
21 h :	Dîner dansant.
Dimanche 7 février 1999	
9 h :	Départ du cortège des vignerons. Toutes les confréries, associations vineuses, tous les vignerons groupés autour de l'affiche de leur commune participent à ce cortège, afin de bien marquer l'importance de la filière vitivinicole jurassienne.
10 h :	Office religieux. Offrande du vin jaune.
11 h 30 :	Cérémonie officielle de « La percée du vin jaune » — Intronisation et passation du symbole de la percée à la commune retenue pour la fête suivante.
13-18 h :	Repas non-stop, ouverture des caveaux de dégustation de tous les vins du Jura (jaune, blanc, rouge, crémant...).

Source : D'après La Percée du vin jaune, programme de 1999.

- 35 La promotion collective passe donc essentiellement par de multiples manifestations, dans la mesure où le CIVJ ne possède pas de moyens extensibles à l'infini, bien que le budget ait été multiplié par 2,5 entre 1999 et 2002¹⁷. Fête des vins d'Arbois, fête du trousseau (cépage rouge) à Montigny-les-Arsures, fête du Biou à Vadans, Concours des vins du Jura, Saint-Vernier à Poligny et Château-Chalon... se succèdent donc au cours de l'année dans ce but. La question de la communication est d'ailleurs ancienne et récurrente dans ce vignoble. La revue mensuelle *La Vigne* dresse au début de chaque année un panorama des vignobles de France. En janvier 2000, le Jura est abordé avec le titre suivant : « Jura, un millésime exceptionnel mais peu de moyens pour le faire savoir », excellent reflet des difficultés de promotion des vins de la région. « “Pour

élargir les débouchés, il faut communiquer de façon collective par le biais du comité interprofessionnel, mais aussi de manière individuelle. Chacun d'entre nous doit se faire l'ambassadeur de sa région partout en France mais aussi à l'étranger", martèle un vigneron [...]»¹⁸. En janvier 2004, à nouveau, la même revue titre « Le Jura met l'accent sur la communication », soulignant ainsi une des principales faiblesses de ce vignoble. Concernant cette difficulté, les vignerons jurassiens se comportent de deux façons différentes : certains attendent tout du CIVJ et des instances officielles pour la promotion de leurs produits, d'autres engagent eux-mêmes des moyens en ce sens. Les uns et les autres se rencontrent dans toutes les A.O.C., et tant au nord qu'au sud du vignoble. L'individualisme est fort, chacun ayant des difficultés, au-delà d'un discours unitaire général, à accepter des campagnes collectives de promotion : certains souhaiteraient mettre l'accent sur le vin jaune, d'autres sur les vins rouges, d'autres encore sur l'ensemble de la production, etc. Mais les produits vinicoles étant différenciés, le CIVJ essaie tantôt de proposer des campagnes propres à chaque type de produits, tantôt de faire rejaillir le succès du vin jaune sur les autres produits. Mission éminemment délicate.

- 36 Par ailleurs, les exploitants jurassiens sont attachés à l'idée de terroir, d'identité propre de leur vin, au sens où le précise Jean-Robert Pitte : « La notion de terroir peut être réhabilitée, à la condition qu'elle désigne la compréhension et l'interprétation que le vigneron livre des données naturelles ou héritées¹⁹ ». On voit donc des cuvées portant le nom du lieu-dit où le raisin a été récolté, les vignerons étant « attachés au progrès de leur vin et [...] à l'affût de toutes les idées, anciennes ou nouvelles, qui permettent de rehausser la qualité et renforcer la typicité²⁰ ». Pourtant, cette dernière est aussi perçue comme un handicap par certains vignerons, puisqu'elle implique un certain apprentissage, lequel rebute parfois le consommateur.
- 37 Une personne qui se rend chez un exploitant pour acheter du vin ne le fait pas uniquement pour acquérir un produit. Elle recherche aussi un contact privilégié avec le producteur, seul capable de « parler » de son vin (conditions de culture, de vinification, d'élevage, d'assemblage...). Aussi est-il non seulement nécessaire de faire en sorte que le visiteur parvienne au caveau, mais encore, il est indispensable que l'exploitant soit ensuite capable de recevoir le nouveau venu dans de bonnes conditions. En effet, le vigneron d'aujourd'hui doit prendre conscience qu'il vend du vin, mais aussi un paysage, une architecture spécifique (caveau traditionnel de dégustation) et une ambiance. Or, de nombreux exploitants jurassiens n'ont découvert cet aspect de la réalité que récemment, contrairement à leurs homologues alsaciens.
- 38 La faible taille du vignoble jurassien constitue un handicap quant à la production annuelle de vins. Rares sont en effet les exploitants ayant les stocks suffisants pour s'engager avec une grande surface. Cet aspect, associé à la typicité des produits jurassiens, limite la plupart d'entre eux au marché régional²¹. Seuls quelques vignerons ont une clientèle régulière en Suisse, en Allemagne ou en Belgique. Le volume des ventes des vins du Jura est relativement faible : 65 000 hectolitres en moyenne par an, pour une production de 75 000 hectolitres (moyenne sur les dix dernières années), et connaissant de forts écarts : 16 000 hectolitres produits en 1991 contre 115 000 en 1992 par exemple. Ce volume de production est faible en raison des densités de plantation. On constate une moyenne de 5 000 pieds par hectare dans le Jura, contre 9 000 à 13 000 pieds dans le Beaujolais par exemple. Le syndicat du sud-Revermont (partie du vignoble localisée au sud de Lons-le-Saunier) a édité une brochure spécifique à cette partie du

vignoble. De façon astucieuse, la présentation insiste sur la rareté du produit, transformant un inconvénient en un avantage : « D'abord le voyageur s'interroge. Ici, le vignoble se cache et l'itinéraire fléché s'impose. Pas de vignes à perte de vue, mais un échiquier de parcelles. Chacune a un très lointain passé de terre à vigne. À peine cinq hectares par viticulteur, sur un sol difficile de marnes bleues. Le vin du sud-Revermont est un produit rare ».

- 39 À l'inverse du Jura, l'Alsace sait parfaitement communiquer sur ses vins. Les moyens du CIVA permettent à la publicité des vins alsaciens de gagner régulièrement toute la France, dans les revues, les guides gastronomiques, les villes et les gares (surtout parisiennes) comme celle ayant concerné les « Grands Blancs » en 1997 et en 1998, avec les slogans « Et si vous invitiez un Grand Blanc à l'apéritif ? » ou « Les Grands Blancs ne passent jamais inaperçus ». Le CIVA fut créé le 22 avril 1963 et son principal but était de développer une politique commerciale active. Depuis lors, les exportations de vins d'Alsace ont connu un développement spectaculaire puisque leur volume a été multiplié par sept entre 1969 et 2000 (hors crémant), notamment à destination des Pays-Bas, du Luxembourg et de la Belgique. Et le marché métropolitain représente 75 % environ des ventes totales de vins d'Alsace. Néanmoins, on constate une baisse de 23 % des quantités de vins vendues toutes A.O.C. confondues en Alsace entre 2000 et 2002, essentiellement liée à la diminution des ventes de vins à l'étranger, à destination de l'Allemagne notamment.

B. Encourager le touriste à visiter les caveaux pour acheter : une mission plus facile et plus efficace en Alsace

- 40 En Alsace, le lien entre le produit et le paysage est fort, tandis qu'il est souvent inexistant dans le Jura, la butte de Château-Chalon associée au vin jaune mise à part. Le charme des villages alsaciens opère immédiatement par l'architecture des maisons, les ruelles étroites et les fleurs s'étalant à profusion sur les balcons, même si l'ensemble peut entraîner un sentiment de lassitude. Ce charme agit par l'intermédiaire de la route des vins : créée en 1954, celle-ci parcourt 170 kilomètres environ et son tracé bénéficie d'une organisation linéaire du relief et de l'habitat. Très fréquentée, elle représente un véritable trait d'union entre les bourgs et villes viticoles du piémont, et les professionnels de la filière pensent que les retombées économiques de sa fréquentation sont notoires même s'il est impossible de les estimer avec fiabilité. Le touriste qui sillonne le vignoble alsacien associe donc le vin qu'il va déguster à des paysages reflétant l'opulence et la diversité. Dans les villages, la diversité paysagère est de mise : le visiteur peut se tourner vers les vignes en terrasses et le versant vosgien boisé, ou bien observer la plaine alsacienne et ses cultures céréalières. Il s'attend aussi à admirer des espaces viticoles continus, seulement interrompus par les villages. Par ailleurs, les professionnels du vin et de la filière touristique incitent le visiteur à la flânerie et à la promenade dans les vignes, à pied ou à vélo, par l'intermédiaire de panneaux disséminés dans le vignoble et permettant de découvrir le travail de la vigne et la diversité des cépages. Enfin, la route des vins s'inscrit près de nombreux haut-lieux historiques et touristiques et de villes ou localités riches en histoire : musée de Colmar et de Strasbourg, Mont Saint-Odile, église romane de Sélestat, château du Haut-Koenigsbourg, villages fortifiés... La proximité de la frontière, la position de l'Alsace proche du cœur de l'Europe favorisent enfin la fréquentation des caves.

- 41 Dans le Jura, une route des vins existe aussi mais sa fréquentation est inégale : certaines portions de son tracé attirent le voyageur (environs d'Arbois, de Poligny, de l'Étoile, de Voiteur essentiellement), d'autres ne sont guère empruntées. Plusieurs raisons expliquent cette inégale fréquentation. La discontinuité des surfaces viticoles agit de façon certaine contre l'idée que l'on peut se faire de la prospérité. Le visiteur pressé est avant tout attiré par les pôles les plus pittoresques et les plus riches sur le plan culturel, architectural... Or, ceux-ci sont peu nombreux dans le vignoble jurassien et ils ne donnent guère l'impression d'être dynamiques, Arbois mis à part. Seules cinq villes se partagent l'espace du vignoble²², certaines ayant surtout des fonctions de bourgs. Poligny est avant tout une ville de passage, Salins-les-Bains met surtout en valeur ses héritages liés à l'industrie salifère puisque la vigne n'existe plus guère et Lons-le-Saunier, ville modeste, a essentiellement une vocation commerçante. Et au sud de Lons-le-Saunier, la vie urbaine se réduit à presque rien.
- 42 Par ailleurs, la route des vins est, en maints endroits, très proche de la route nationale, ce qui nuit au dépaysement pour ceux qui l'empruntent. Enfin, la RN 3 est surtout animée l'été, mais les touristes pressés ont tendance à la délaissier en gagnant l'autoroute par Dole ou Beaune.
- 43 Au-delà de la volonté et des efforts fournis par les viticulteurs alsaciens et jurassiens pour fabriquer des produits de qualité et développer leur commercialisation, des difficultés surgissent, liées au contexte économique et social.

C. Un nouvel élan de plus en plus entravé

- 44 La production dominante des vignobles alsacien et jurassien est constituée de vins blancs, à hauteur de 92,8 % pour l'Alsace et de 64,4 % pour le Jura. Or, il est nécessaire de replacer ce type de production dans le contexte de la consommation générale des vins en France qui, globalement, diminue, même si les Français boivent davantage de vins A.O.C. que de vins de consommation courante. En 1960 en effet on estimait la consommation de vin à 100 L/hab/an (avec 10 % de vins d'appellation), en 1980, celle-ci était de 80 L/hab/an (20 % de vins d'appellation) et, en 2000, elle n'atteint que 55 L/hab/an (50 % de vin d'appellation²³).
- 45 La grande difficulté à laquelle les vignerons sont confrontés est la diminution de la consommation régulière au profit de la consommation occasionnelle²⁴. À l'avenir d'ailleurs, la consommation générale de vins et d'alcool devrait encore baisser du fait de la lutte contre l'alcoolisme au volant (surtout que le Français crache rarement le vin après l'avoir dégusté lorsqu'il visite les caves) et de l'application plus stricte de la loi Evin quant à la publicité sur le vin²⁵. Par ailleurs, le vin rouge est préféré au vin blanc²⁶, même si le premier connaît, comme l'ensemble des vins tranquilles, une diminution de sa consommation. En 2002, les vins blancs ont représenté seulement 15,5 % des achats en volume et 19,2 % des achats en valeur effectués par les ménages pour leur consommation à domicile de vins tranquilles, tandis que les vins rouges ont représenté 69,7 % des achats en volume et 68,2 % des achats en valeur²⁷. Le contexte mondial est peu favorable car la surproduction est de mise. En 2000, 279 millions d'hectolitres de vin ont été produits dans le monde pour une consommation de 220 millions d'hectolitres seulement. Il est reconnu que cette forte production est directement liée aux rendements. L'Alsace ne fait pas exception avec des rendements toujours proches du plafond autorisé : en 2000, l'A.O.C. générique *Alsace* représente 83 % de la production

régionale, avec un rendement moyen de 80 hectolitres par hectare pour les vins blancs. Certains reprochent même au CIVA de se concentrer sur la promotion des vins et de ne pas assez inciter les vignerons à baisser leurs rendements afin de renforcer le corps des vins produits. Le Jura n'échappe pas à cette critique même si les rendements sont mieux maîtrisés qu'en Alsace, et on peut dire, d'une façon générale, que les régions viticoles françaises produisent trop de vin. À telle enseigne que, Denis Verdier, président de la coopération vinicole française, a tenu de vifs propos en janvier 2004 : « C'est le grand calme, comme si la viticulture française n'avait plus de problèmes (...). Cela est dû à la faiblesse de la récolte en Europe et en France. Les problèmes de fond subsistent. (...) Là où il y a des stocks, il va falloir serrer la vis (...). Il va falloir baisser les rendements et être rigoureux sur les volumes revendiqués (...)»²⁸.

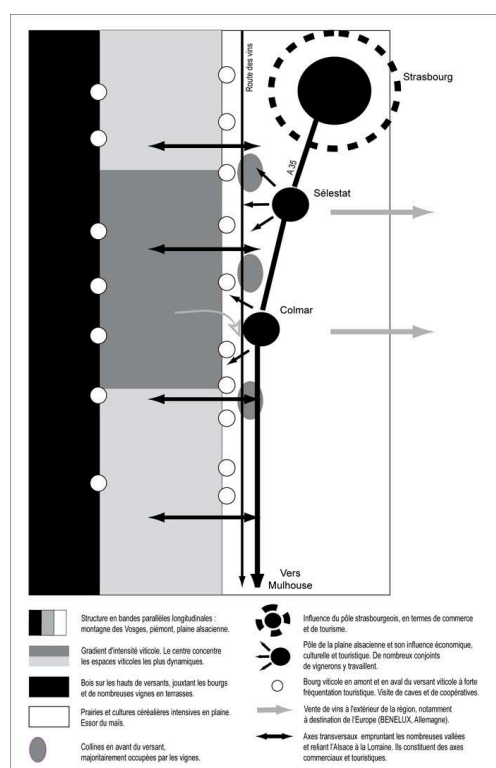
- 46 Le crémant d'Alsace doit néanmoins être évoqué à part. En effet, premier VMQPRD²⁹ français en terme de production, il représente près d'une bouteille de crémant vendue sur deux en France. Son dynamisme se distingue par rapport à celui des autres vins alsaciens. La croissance des ventes (+ 5,8 %) sur la campagne 2001/2002, est liée à la forte croissance du marché principal (+ 7,2 %), le marché français, qui représente neuf bouteilles vendues sur dix. Ce vin, moins cher qu'un champagne, donc plus accessible à tous, est surtout consommé dans un contexte festif.
- 47 Les vignobles jurassien et alsacien sont aussi confrontés à d'autres problèmes, comme celui d'une grande — trop grande ? — diversité de l'offre. Dans le Jura, le consommateur peut déguster des vins rosés, rouges, blancs, liquoreux, mousseux, et de l'eau-de-vie, alors que dans l'esprit de nombreux Français, ce vignoble produit exclusivement des vins blancs. À cette variété de produits s'ajoute celle des A.O.C. *Côtes du Jura*, *Arbois*, *Étoile*, *Château-Chalon*, et la typicité du vin jaune. Les stocks s'accumulent dans les caves. Ils sont de plus de 160 849 hectolitres en 2000 et ont connu une augmentation constante de 31 % depuis 1990. Néanmoins, cette importante quantité est aussi liée au long vieillissement exigé par le vin jaune (6 ans). L'Alsace connaît de son côté des stocks moindres mais il est connu que ce vignoble ne produit pas, en général, de vins de garde.
- 48 En Alsace, l'offre est aussi diversifiée. La vente d'Edelzwicker³⁰ diminue d'année en année, ce qui ne peut qu'améliorer l'image de la région. Mais cette baisse est peut-être davantage liée à l'évolution de la consommation de la clientèle allemande qui se détourne de ce produit, plutôt qu'à une volonté déterminée de supprimer cette offre sans qualité. La vision à long terme de nombre de vignerons alsaciens interroge. En effet, les vins A.O.C. d'Alsace sont exclusivement commercialisés sous leur nom de cépages³¹, comme en Australie, au Chili, en Argentine... — et non sous une appellation de village ou de cru, sauf exceptions. Cette situation est unique en France. Or, il nous semble que l'Alsace ne profite pas de l'essor de la demande en vins de cépages. En effet, aujourd'hui, de plus en plus de régions viticoles françaises cherchent à valoriser, sur le plan commercial, les cépages qui produisent leurs vins, pour faire face à la concurrence des vins du Nouveau Monde. L'Alsace, quant à elle, démarche en faveur de la délimitation d'une nouvelle A.O.C. intermédiaire³², faisant appel à des sous-régions (Côtes de Rouffach par exemple) ou à des lieux-dits. Pourtant, de nombreux lieux, souvent difficiles à prononcer ou à orthographier, figurent déjà sur les étiquettes pour les Grands Crus. Cette initiative ne risque-t-elle pas d'éloigner encore le consommateur occasionnel qui recherche avant tout une offre claire et simple, d'après les enquêtes de l'ONIVINS ? L'Alsace, seule région viticole française commercialisant exclusivement ses vins sous leurs noms de cépages, aurait pu profiter de l'engouement mondial pour les

vins de cépages. Or, de nombreux vignerons alsaciens cherchent aujourd'hui à développer l'idée de terroir que d'autres, en France, essaient au contraire d'atténuer pour mieux vendre !

Conclusion : le vignoble alsacien, un véritable pôle d'attraction régional, contrairement au vignoble jurassien

49 La figure 10 propose, sous une forme simplifiée, une synthèse de l'organisation de l'espace des deux vignobles. Plus précisément, elle tend à montrer la façon dont le vignoble alsacien constitue un pôle d'attraction, contrairement à son homologue jurassien. Nous avons représenté, pour l'Alsace, l'espace s'étalant entre Wissembourg et Thann, pour le Jura, celui entre Salins-les-Bains et Saint-Amour. Les deux vignobles sont étendus en longitude et possèdent des collines formant une transition entre le versant et la plaine, même si elles sont surtout concentrées autour de la vallée de la Fecht (alentours de Colmar) en Alsace. Dans les deux cas, les hauts de versants sont colonisés par la forêt, et les zones basses par les prairies ou les terres labourables. Le caractère intensif des cultures est surtout attesté dans la plaine alsacienne.

Figure 10 : Le vignoble alsacien : un lieu de production, de passage et de tourisme.

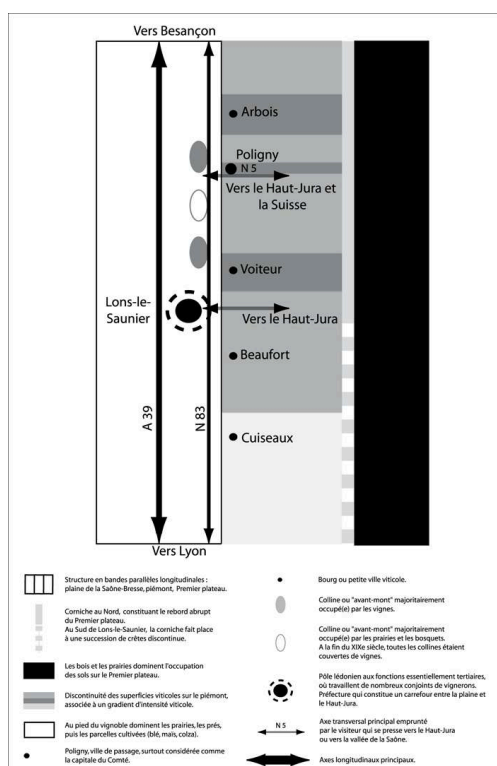


50 En Alsace, les parties les plus prospères du vignoble se situent entre Eguisheim et Barr : la vigne est cultivée en monoculture, sauf dans les fonds de vallons et sur les versants mal orientés. De part et d'autre de ces deux localités, en allant vers le nord (Wissembourg) ou vers le sud, les surfaces viticoles semblent s'effiloche en même temps que le relief se raidit (vers Thann). La discontinuité paysagère est de mise, les prairies s'affichant de plus en plus nettement. Le schéma souligne cet aspect avec l'idée

de « gradient d'intensité viticole ». Le fait que le vignoble soit concentré sur Colmar peut s'expliquer, outre par les raisons climatiques, par la présence même de cette ville et de ses industries qui ont depuis longtemps permis aux viticulteurs d'y travailler à temps partiel. Par ailleurs, nombre de conjointes de vignerons ont un emploi dans le secteur tertiaire, dans cette ville ou à Strasbourg.

- 51 Les bourgs viticoles, nombreux et peu distants les uns des autres, sont souvent situés au contact du versant viticole et de la plaine, ou bien en lisière de forêt, à la limite supérieure du vignoble. Ils constituent, notamment pour ceux qui sont aussi des villages fortifiés, de véritables pôles touristiques, et sont traversés par la route des vins qui parcourt le vignoble du nord au sud sur 170 kilomètres environ. D'autres voies de communication traversent le vignoble. L'axe nord-sud de la route des vins est doublé par l'autoroute A35 qui relie Strasbourg à Mulhouse. Et, à tout moment, le touriste peut s'échapper de cette voie rapide pour flâner dans le vignoble, accéder aux nombreux panoramas existants, voire pénétrer dans le massif vosgien par des axes utilisant les vallées. Par ailleurs, d'autres axes transversaux, joignant les villes de la plaine à l'Allemagne existent et sont fréquemment empruntés.
- 52 Les atouts historiques et touristiques de l'Alsace sont nombreux, associés à la situation frontalière de la région. Les villages fortifiés de Riquewihr, de Ribeauvillé, de Kaysersberg..., les musées (musée d'Unterlinden de Colmar), les ruines féodales qui parsèment les hauteurs du vignoble, les églises ou abbayes isolées, et les souvenirs de guerre (cimetières) permettent au visiteur de pratiquer un tourisme — de passage bien souvent — diversifié.
- 53 Le vignoble alsacien organise donc véritablement l'espace de transition entre le massif des Vosges et la plaine alsacienne. Activité peuplante, la vigne a permis le développement de nombreux bourgs et constitue un trait d'union entre les différentes curiosités touristiques proposées par la région. Celles-ci sont en effet fortement disséminées, et le visiteur doit constamment passer par le vignoble pour aller d'un lieu touristique à un autre.
- 54 Le vignoble du Jura s'étire sur 80 kilomètres du nord au sud et sur 5 kilomètres d'est en ouest, mais, au fur et à mesure que l'on s'achemine vers les extrémités nord ou sud, la vigne se réduit comme peau de chagrin. Il s'agit donc de raisonner à une échelle différente de celle de l'Alsace (Fig. 11). Le vignoble jurassien est constitué en archipels, comportant des îlots de taille fort variable. Il est difficile d'évoquer réellement l'idée de gradient d'intensité viticole, dans la mesure où les ensembles dynamiques sont disséminés, bien que tous situés au nord et au centre du vignoble. Un pôle domine depuis la reconstitution viticole de 1945 (Arbois et ses environs), suivi de celui de Poligny (juste au sud d'Arbois), de celui de Château-Chalon, Voiteur-Le-Vernois, puis de celui de l'Étoile. Ces entités mises à part, la discontinuité des surfaces viticoles et l'impression de mosaïque paysagère (vigne-prairie-bois-culture céréalière) dominant. Parfois même, le visiteur se demande s'il parcourt réellement une région viticole en dépit de la présence d'une route des vins. Celle-ci a, en effet, pour principal inconvénient d'être fort sinueuse et de rejoindre fréquemment la route nationale.

Figure 11 : Le vignoble jurassien : un espace discontinu et faiblement polarisé.



- 55 Les villages et les bourgs viticoles sont assez nombreux, mais les commerces et les places y sont rares. Le touriste peut s'y promener, mais une fois découvertes les maisons à cave enterrée, les maisons à cellier, et quelques églises, rien ne l'incite à rester, contrairement à l'Alsace. En effet, le vignoble n'a pas d'activités touristiques variées à proposer outre les curiosités naturelles (grottes, reculées), le musée de la vigne et du vin et la maison Pasteur à Arbois. Par ailleurs, on ne constate pas de retombées réelles de la nationale 83 qui relie la vallée du Rhin à la vallée de la Saône et du Rhône, ni de l'autoroute. Contrairement à l'Alsace, les axes transversaux sont peu nombreux, le principal étant celui qui passe par Poligny (RN5) pour accéder à la station des Rousses³³. Cet axe est d'ailleurs un carrefour. Mais, bien souvent, le visiteur n'a qu'une hâte : atteindre au plus vite le Haut-Jura. En effet, s'il n'a pas l'impression de traverser une zone prospère, le touriste n'est pas incité à s'arrêter.
- 56 Une question essentielle, figurant en introduction, fut notre guide tout au long de cet article : qu'est-ce qui rapproche et éloigne ces deux vignobles ? D'une façon schématique, on peut partir du principe que le dynamisme d'une région viticole repose avant tout sur :
- les hommes (selon leur âge et leur formation) et leur volonté de s'unir pour promouvoir leurs produits ;
 - les produits élaborés et les notions de qualité, de goût, de diversité et d'authenticité ;
 - la capacité (et la possibilité) de vendre ces produits, ce qui inclut la prise en compte des attentes du consommateur, les structures de commercialisation, le potentiel touristique de la région dans laquelle s'inscrit le vignoble, et la communication.
- 57 Dans cette logique, nous avons montré que la volonté humaine et la qualité des produits étaient, d'une façon générale, avérées dans les deux régions viticoles, même si les démarches en faveur de la qualité doivent être approfondies. En revanche, les

budgets de communication et les structures de commercialisation sont incontestablement plus étoffés et actives en Alsace. Quoi qu'il en soit, l'immense majorité des vignerons alsaciens et jurassiens doit prendre davantage conscience du difficile contexte vinicole mondial pour agir plus efficacement.

NOTES

1. Les sources statistiques de cet article proviennent des recensements généraux de l'agriculture (RGA) de 1970-1971, 1979-1980, 1988, 2000 et des enquêtes « Viticulture » du SCEES, Ministère de l'agriculture. Elles sont complétées par les données cadastrales pour le Jura.
2. Par comparaison, la part du maïs grain et du maïs semence dans la superficie agricole utilisée du département du Bas-Rhin a augmenté de 127 % entre 1970 et 1979, et de 73 % entre 1988 et 2000.
3. La taille moyenne des exploitations viticoles est passée de 1,65 hectare en 1970 à 3,04 hectares en 2000.
4. Il s'agit alors des communes possédant moins de 10 hectares en 1970.
5. JUILLARD Étienne (1977). — *Atlas et géographie de l'Alsace et de la Lorraine*, Paris, Flammarion, p. 93.
6. *Ibid.*
7. CLAVAL (1978). — *Atlas et géographie de la Haute-Bourgogne et de la Franche-Comté*, Milan, Famot, 145 p.
8. Dans la commune de Colmar, les surfaces plantées en vigne ont connu une hausse de 32 % entre 1970 et 2000, passant de 156 à 206 hectares.
9. Entre 1970 et 2000, les superficies viticoles ont triplé sur le finage de Herrlisheim, passant de 31 à 97 hectares.
10. En 1969, le riesling représentait 12,7 % de l'encépagement alsacien, le pinot blanc 11 % et le gewurztraminer 20,6 %. Seul ce dernier a vu sa part diminuer, certainement pour des raisons de goût et de mode : la consommation de vins assez sucrés a diminué en France depuis les années 1970.
11. Source CIVA.
12. Lors du recensement de 1970, les exploitations comprises entre « 5 à moins de 10 hectares » dominaient aussi en termes de superficies.
13. D'après les déclarations de récolte 2003, on dénombre 2 454 coopérateurs qui cultivent un total de 5 013 hectares.
14. En ce qui concerne l'Alsace, l'ONIVINS a apporté en 2003 un complément de 250 000 euros pour les actions de communication à l'étranger.
15. Le CIVJ (créé en 1988) est issu de la loi de 1975 sur les interprofessions et regroupe 28 membres : 14 vignerons et 14 négociants. La présidence est tournante, puisqu'elle est assurée pendant deux ans par les vignerons, puis par les négociants. Son but est de faire connaître les vins du Jura sur le territoire national. Par des contrats avec des partenaires variés (Conseil Général, Direction Départementale de l'Équipement, communes, agences de publicité), il met en place diverses actions : animation de la route des vins, formation, modernisation du laboratoire départemental...
16. *La Vigne*, janvier 1999, p. 37.

17. Le budget 2002 atteignait 550 000 euros. L'augmentation entre 1999 et 2002 est en large partie due au doublement de la cotisation volontaire obligatoire (2,74 € par hectolitre).
18. *La Vigne*, janvier 2000, n° 106, pp. 38-39.
19. PITTE Jean-Robert, « Pour en finir avec le pseudo-terroir. Les vrais facteurs de la qualité du vin », *Pratiques anciennes et genèse des paysages*, Nancy, Université de Nancy 2, CERPA, 1997, p. 205.
20. *Ibid.*, p. 206.
21. Évoquer le nom de Henri Maire a longtemps déchaîné les passions dans le vignoble jurassien : jalousie, enthousiasme, peur, rancune, admiration, agacement... autant de sentiments mêlés qui montraient la difficile approche du personnage. De façon plus objective, on ne peut contester à cet homme ni son audace de l'après Deuxième guerre mondiale, ni ses idées de publicité (par l'intermédiaire d'une radio nationale ou d'affiches régionales) qui ont permis au vignoble jurassien de sortir de l'ombre.
22. Il s'agit de Lons-le-Saunier (18 451 habitants en 1999), Pannesières (4 651 habitants), Poligny (4 512 habitants), Arbois (3 521 habitants), Salins-les-Bains (3 337 habitants), Montmorot (3 089 habitants), Saint-Amour (2 102 habitants).
23. Source ONIVINS.
24. En 1980, on dénombrait 19,5 millions de consommateurs réguliers de vins. Ce chiffre est passé à 11,3 millions en 2000. Source ONIVINS.
25. Le débat concernant, tantôt l'assouplissement, tantôt le renforcement de la loi Evin reste d'actualité. Si le ministère de la santé milite en faveur d'une application plus stricte de cette loi, le sénat souhaite au contraire l'assouplir : il a voté le 5 mai 2004 un amendement en vue d'autoriser la publicité sur le vin, répondant ainsi au désir du lobby viticole.
26. Bien évidemment, l'Alsace cherche toujours à développer ses marchés de l'Europe du Nord, traditionnellement forte consommatrice de vins blancs.
27. Quant aux vins rosés, davantage produits dans le Jura qu'en Alsace, ils ont totalisé 14,7 % des achats en volume et 12,5 % des achats en valeur effectués par les ménages pour leur consommation à domicile de vins tranquilles.
28. Cité dans *La Vigne*, n° 151, février 2004, p. 20.
29. Vin Mousseux de Qualité Produit dans une Région Déterminée.
30. L'Edelzwicker est issu de l'assemblage de divers fonds de cuve.
31. Les vins de cépages sont des vins élaborés dans le but de révéler le plus possible le cépage composant chacun d'eux, et ce, contrairement aux vins traditionnellement dits « de terroirs », produits ailleurs en France.
32. Concernant cette A.O.C. intermédiaire, l'Alsace en est au niveau du travail de la commission d'enquête sur la reconnaissance même de cette A.O.C. Si celle-ci se révèle positive, les opérations de délimitation devront être mises en œuvre avant qu'elle ne soit effective.
33. Il existe aussi l'axe qui rejoint Lons-le-Saunier au Plateau, sans compter ceux, secondaires, passant par Arbois et Salins-les-Bains.
-

RÉSUMÉS

Les vignobles alsacien et jurassien ont connu des mutations variées depuis les années 1950, en termes économique, qualitatif et spatial. La vigne a vécu un double mouvement d'extension et de concentration à la faveur de certains pôles et terroirs, et les vins, d'une forte typicité, se sont

diversifiés et améliorés. Les vignerons, qui travaillent majoritairement dans le cadre de petites exploitations, cultivent des cépages nobles et tentent de limiter les rendements. Par ailleurs, en Alsace surtout, les structures de commercialisation (coopératives) se sont étoffées pour faciliter l'écoulement de la production. Néanmoins, ces vignobles sont confrontés à une concurrence nationale et mondiale toujours accrue et à une demande fluctuante.

The alsatian and jurassic vineyards knew varied changes since the 1950's, in the economic and spatial fields. There was a double movement of extension and concentration of the vine, by the help of certain poles and soils; the wines diversified and improved. The vine growers, who work in small-scale farmings, cultivate primarily noble type of vines and try to limit the outputs.

In addition, in Alsace, the structures of marketing were developed to facilitate the sale of the production. Nevertheless, these vineyards are confronted with an increased national and world competition and with a fluctuating demand.

— Die elsässischen und jurassischen Weinbaugebiete haben seit den 1950er Jahren verschiedene Änderungen erfahren — in ökonomischer, qualitativer und räumlicher Hinsicht. Der Weinbau hat eine doppelte Bewegung erlebt, der Ausdehnung und der Konzentration zu Gunsten mancher Pole und Territorien; die Weine wurden mit ihrer starken Typizität diversifiziert und verbessert. Die Weinbauern, die mehrheitlich in kleinen Betrieben arbeiten, kultivieren vornehme Rebsorten und tendieren dazu, die Erträge zu begrenzen. Im übrigen wurden, besonders im Elsass, die Handelsstrukturen (Coopérative) erweitert, um den Ablauf der Produktion zu erleichtern. Dennoch sind die Weinbaugebiete mit einer immer zunehmenden nationalen und weltweiten Konkurrenz und einer schwankenden Nachfrage konfrontiert.

INDEX

Schlüsselwörter : Elsass, Jura, Raumdynamik, Rebsortenwein, Renaissance, Territorium, Typizität, Weinbaugebiet, Weinbauzentrum

Keywords : Alsace, Jura, rebirth, soil, space dynamics, typicity, vineyard, wine of type of vine, wine pole

Mots-clés : Alsace, dynamique spatiale, Jura, pôle viticole, renaissance, terroir, typicité, vignoble, vin de cépage

AUTEUR

SYLVAIN BOULANGER-FASSIER

Maître de conférences à l'université d'Orléans, membre du CEDETE (Centre d'Études sur le Développement des Territoires et l'Environnement), Université d'Orléans, UFR de lettres, langues et sciences humaines, département de géographie, 10 rue de Tours, BP 46527, F-45065 Orléans cedex 2, France